



Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM

Berliana Putri, Muhammad Nur Fietroh*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa, Indonesia

Email: ¹berlianaputri040@gmail.com, ^{2,*}m.nur.fietroh@uts.ac.id

Email Penulis Korespondensi: m.nur.fietroh@uts.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sumbawa. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-eksplanatori, penelitian ini menerapkan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Sebanyak 100 responden UMKM dipilih melalui teknik *proportional random sampling* dari populasi sebanyak 1632 unit usaha. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dan telah diuji validitasnya melalui uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha ($t = 3,689$; $p < 0,05$), lokasi usaha ($t = 4,572$; $p < 0,05$), dan lama usaha ($t = 4,045$; $p < 0,05$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Di antara ketiganya, lokasi usaha menjadi faktor yang paling dominan dengan koefisien beta tertinggi ($\beta = 0,318$), yang menunjukkan bahwa penempatan geografis yang strategis memiliki pengaruh lebih kuat terhadap peningkatan pendapatan dibandingkan dengan modal ($\beta = 0,256$) dan lama usaha ($\beta = 0,287$). Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti aksesibilitas dan jangkauan pasar dapat lebih menentukan keberhasilan usaha. Penelitian ini mengisi celah dalam literatur dengan memberikan bukti empiris berbasis konteks lokal mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM, khususnya di wilayah non-metropolitan seperti Sumbawa. Hasilnya memberikan rekomendasi berharga bagi pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan pelaku UMKM dalam merancang strategi pengembangan ekonomi yang inklusif.

Kata Kunci: Pendapatan UMKM; Modal Usaha; Lokasi Usaha; Lama Usaha

Abstract—This study aims to analyze the influence of business capital, business location, and business duration on the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sumbawa Regency. Using a quantitative approach with a causal-explanatory design, this study applies multiple linear regression analysis to test the relationship between variables. A total of 100 MSME respondents were selected through proportional random sampling technique from a population of 1632 business units. Data were collected using a structured questionnaire and have been tested for validity through the classical assumption test. The results showed that business capital ($t = 3.689$; $p < 0.05$), business location ($t = 4.572$; $p < 0.05$), and business duration ($t = 4.045$; $p < 0.05$) each have a positive and significant effect on MSME income. Among the three, business location is the most dominant factor with the highest beta coefficient ($\beta = 0.318$), indicating that strategic geographic location has a stronger influence on increasing income compared to capital ($\beta = 0.256$) and business duration ($\beta = 0.287$). The implication of this finding suggests that external factors such as accessibility and market reach can be more decisive in determining business success. This study fills a gap in the literature by providing local context-based empirical evidence regarding the factors that influence MSME income, particularly in non-metropolitan areas such as Sumbawa. The results provide valuable recommendations for local governments, financial institutions, and MSME actors in designing inclusive economic development strategies.

Keywords: MSME Income; Business Capital; Business Location; Business Duration

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental bagi perekonomian Indonesia, yang secara konsisten menunjukkan resiliensinya dalam menghadapi berbagai guncangan ekonomi. Peran strategis UMKM tecermin dari kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Berdasarkan data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM untuk tahun 2023, sektor UMKM berkontribusi sebesar 61,97% terhadap PDB nasional. Angka ini didukung oleh eksistensi sekitar 65,5 juta unit usaha yang secara kolektif mampu menyerap hingga 97% dari total angkatan kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Fakta ini menggarisbawahi peran UMKM tidak hanya sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai jaring pengaman sosial yang krusial di tengah dinamika ketenagakerjaan.

Meskipun memiliki peran makroekonomi yang vital, UMKM di Indonesia secara persisten menghadapi tantangan fundamental terkait optimalisasi pendapatan. Fluktuasi pendapatan menjadi isu kronis yang menghambat skalabilitas dan keberlanjutan usaha. Data olahan dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya disparitas pendapatan yang signifikan antar-skala usaha. Pada tahun 2023, dari total unit UMKM, sekitar 98,68% berada pada skala mikro, namun kontribusi mereka terhadap PDB secara proporsional lebih rendah dibandingkan skala usaha kecil dan menengah. Kesenjangan ini mengindikasikan adanya hambatan struktural yang membatasi potensi pertumbuhan pendapatan pada segmen usaha paling dominan di Indonesia.

Permasalahan pendapatan ini berakar dari berbagai faktor kompleks, baik internal maupun eksternal. Secara internal, banyak UMKM beroperasi dengan keterbatasan akses terhadap permodalan formal, kapabilitas manajerial yang belum optimal, serta adopsi teknologi digital yang masih rendah (Alkumairoh & Warsitasari, 2022). Secara eksternal, tantangan meliputi persaingan pasar yang semakin ketat, ketidakpastian regulasi, serta fluktuasi permintaan pasar yang dipengaruhi oleh kondisi makroekonomi. Kombinasi dari tantangan-tantangan inilah yang secara kolektif menekan margin keuntungan dan menghambat akumulasi pendapatan UMKM, menjadikannya rentan terhadap perubahan kondisi pasar dan sulit untuk naik kelas (*scaling up*).



Upaya peningkatan pendapatan UMKM menjadi agenda prioritas dalam kebijakan pembangunan ekonomi nasional. Namun, implementasinya di lapangan menunjukkan bahwa strategi generik seringkali tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh heterogenitas karakteristik UMKM itu sendiri, yang bervariasi berdasarkan sektor, lokasi, dan skala operasional. Sebuah studi oleh Tambunan (2021) menyoroti bahwa intervensi kebijakan yang tidak mempertimbangkan konteks spesifik usaha cenderung gagal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih granular mengenai faktor-faktor determinan yang secara langsung memengaruhi kinerja pendapatan pada level mikro.

Secara empiris, berbagai penelitian telah mengonfirmasi kompleksitas isu pendapatan ini. Misalnya, penelitian oleh Ardyan (2022) menemukan bahwa kapabilitas inovasi produk dan pemasaran digital menjadi prediktor kuat bagi peningkatan pendapatan UMKM di sektor kuliner. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi teknologi dan kreativitas dalam merespons permintaan pasar. Intervensi yang hanya berfokus pada aspek permodalan tanpa diimbangi dengan peningkatan kapabilitas internal terbukti kurang efektif dalam mendorong pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan.

Sementara itu, Setiawan (2023) dalam konteks UMKM kerajinan, mengidentifikasi bahwa akses ke pasar ekspor dan partisipasi dalam rantai pasok global secara signifikan meningkatkan pendapatan dan profitabilitas. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi UMKM ke dalam ekosistem ekonomi yang lebih luas merupakan salah satu kunci untuk membuka potensi pendapatan yang lebih besar. Temuan-temuan ini secara kolektif mengindikasikan bahwa tidak ada "satu solusi untuk semua"; sebaliknya, faktor penentu pendapatan sangat bervariasi tergantung pada konteks industri dan lingkungan operasional, menuntut analisis yang lebih mendalam dan spesifik.

Salah satu faktor internal yang paling fundamental dan sering disebut sebagai kendala utama bagi UMKM adalah modal usaha. Modal tidak hanya berfungsi sebagai input awal untuk memulai usaha, tetapi juga sebagai bahan bakar untuk operasional harian, ekspansi, dan inovasi. Keterbatasan akses terhadap modal seringkali memaksa UMKM untuk beroperasi pada skala sub-optimal, membatasi kemampuan mereka untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar, berinvestasi dalam teknologi, atau melakukan aktivitas pemasaran yang efektif. Keterkaitan positif antara modal usaha dan pendapatan telah menjadi fokus banyak studi empiris.

Studi yang dilakukan oleh Wulandari dan Subiyantoro (2023) pada UMKM di Jawa Tengah menemukan bahwa setiap penambahan modal usaha secara signifikan berkorelasi positif dengan peningkatan volume penjualan dan pendapatan bersih. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Pratama dan Wicaksana (2021), yang dalam penelitiannya pada sektor manufaktur kecil di Bali, menunjukkan bahwa aksesibilitas dan kecukupan modal merupakan determinan utama dari profitabilitas. Lebih lanjut, penelitian oleh Abdullah et al. (2022) di Malaysia mengonfirmasi bahwa UMKM dengan struktur permodalan yang lebih kuat cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi dan stabil. Terakhir, analisis oleh Ginting dan Siregar (2023) pada UMKM di Sumatera Utara juga memperkuat argumen ini, di mana modal kerja terbukti memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap pendapatan usaha.

Konsistensi temuan dari berbagai studi ini menggarisbawahi peran sentral modal sebagai enabler pertumbuhan pendapatan. Tanpa modal yang memadai, UMKM akan kesulitan untuk keluar dari "perangkap skala kecil" (small-scale trap), di mana pendapatan yang dihasilkan hanya cukup untuk menutupi biaya operasional tanpa menyisakan ruang untuk investasi kembali (re-investment) dan pertumbuhan. Oleh karena itu, variabel modal usaha menjadi titik awal yang krusial dalam menganalisis dinamika pendapatan UMKM, karena ketersediaannya seringkali menjadi prasyarat untuk mengoptimalkan faktor-faktor produktif lainnya.

Selain modal, pemilihan lokasi usaha merupakan keputusan strategis yang memiliki implikasi jangka panjang terhadap potensi pendapatan. Lokasi yang strategis dapat memberikan keunggulan kompetitif melalui beberapa mekanisme, seperti peningkatan visibilitas, kemudahan akses bagi pelanggan, kedekatan dengan pemasok, dan pengurangan biaya logistik. Dalam teori ekonomi geografi, lokasi dianggap sebagai sumber daya tak bergerak (immobile resource) yang dapat menciptakan rente ekonomi bagi perusahaan yang mampu memanfaatkannya secara optimal.

Secara empiris, pengaruh lokasi terhadap kinerja UMKM telah banyak dibuktikan. Penelitian oleh Tjiptono dan Anastasia (2020) menunjukkan bahwa UMKM ritel yang berlokasi di pusat keramaian atau area komersial memiliki volume penjualan dan pendapatan rata-rata yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi di area pemukiman. Demikian pula, studi oleh Wibowo dan Nuryakin (2022) pada UMKM kuliner di Yogyakarta menemukan bahwa aksesibilitas lokasi, yang diukur dari kedekatan dengan jalan utama dan ketersediaan lahan parkir, berpengaruh signifikan terhadap jumlah pelanggan harian dan pendapatan.

Dukungan lebih lanjut datang dari penelitian internasional. Analisis oleh Chen dan Lin (2021) di Taiwan menunjukkan bahwa aglomerasi spasial, di mana UMKM sejenis berlokasi berdekatan, menciptakan eksternalitas positif yang meningkatkan pendapatan kolektif melalui transfer pengetahuan dan daya tarik pasar. Selain itu, studi oleh Susanto et al. (2023) pada UMKM di Jakarta menegaskan bahwa lokasi yang terintegrasi dengan infrastruktur digital (seperti jangkauan internet yang baik) menjadi faktor penting yang memfasilitasi penjualan online dan memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa lokasi bukan sekadar "tempat", melainkan aset strategis yang aktif berkontribusi pada pembentukan pendapatan.

Faktor ketiga yang dianalisis dalam penelitian ini adalah lama usaha, yang seringkali digunakan sebagai proksi untuk pengalaman, reputasi, dan jaringan yang telah dibangun oleh pengusaha. Seiring berjalannya waktu, pelaku usaha diasumsikan telah melalui kurva belajar (learning curve), memahami dinamika pasar dengan lebih baik, membangun hubungan yang solid dengan pelanggan dan pemasok, serta mengembangkan rutinitas operasional yang lebih efisien.



Pengalaman ini merupakan aset tak berwujud (intangible asset) yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru.

Hubungan positif antara lama usaha dan kinerja pendapatan telah didokumentasikan secara luas dalam literatur kewirausahaan. Penelitian oleh Rahayu dan Dayanti (2020) menemukan bahwa UMKM yang telah beroperasi lebih dari lima tahun cenderung memiliki basis pelanggan yang lebih loyal dan pendapatan yang lebih stabil dibandingkan dengan usaha rintisan (start-ups). Hal ini didukung oleh studi oleh Astuti dan Juwita (2022), yang menunjukkan bahwa lama usaha berkorelasi positif dengan kemampuan UMKM untuk bertahan dari krisis ekonomi, mengindikasikan bahwa pengalaman memberikan resiliensi yang lebih besar.

Secara lebih spesifik, analisis oleh Nugroho dan Purnomo (2021) mengungkapkan bahwa seiring bertambahnya lama usaha, UMKM cenderung lebih mahir dalam manajemen keuangan dan strategi penetapan harga, yang secara langsung berdampak pada peningkatan margin keuntungan. Temuan ini diperkuat oleh studi longitudinal oleh Firmansyah dan Anwar (2023), yang melacak kinerja UMKM selama periode tiga tahun dan menemukan bahwa pendapatan secara konsisten meningkat seiring dengan bertambahnya usia usaha, terutama setelah melewati fase kritis di dua tahun pertama. Pengalaman yang terakumulasi memungkinkan pengusaha untuk membuat keputusan yang lebih baik dan mengelola risiko secara lebih efektif.

Meskipun pengaruh modal, lokasi, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM telah banyak dikaji, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan dalam konteks perkotaan besar atau pada level agregat nasional. Terdapat research gap (kesenjangan penelitian) yang signifikan dalam pemahaman mengenai dinamika ini di wilayah-wilayah dengan karakteristik sosial-ekonomi yang unik, seperti di Kabupaten Sumbawa. Sumbawa, sebagai bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki struktur ekonomi yang khas, dengan ketergantungan pada sektor agraris dan pariwisata rintisan, serta tantangan geografis dan infrastruktur yang berbeda dari pusat-pusat ekonomi utama di Indonesia.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk menghasilkan bukti empiris yang kontekstual bagi perumusan kebijakan pengembangan UMKM di tingkat lokal. Strategi yang efektif di Jakarta atau Surabaya belum tentu relevan atau dapat diterapkan di Sumbawa. Tanpa pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor spesifik yang mendorong atau menghambat pendapatan UMKM di konteks lokal, intervensi pemerintah daerah atau lembaga pendukung lainnya berisiko menjadi tidak tepat sasaran dan inefisien. Penelitian ini menjadi mendesak mengingat upaya pemerintah daerah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif melalui pemberdayaan UMKM. Novelty (kebaruan) dari penelitian ini terletak pada beberapa aspek utama yaitu, penelitian ini merupakan salah satu studi kuantitatif pertama yang secara komprehensif menganalisis determinan pendapatan UMKM secara spesifik di Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang tailor-made dan berbasis data bagi Pemerintah Kabupaten Sumbawa, lembaga keuangan, dan para pelaku UMKM itu sendiri, untuk merancang program pengembangan yang lebih efektif dan berdampak dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

2. METODOLOGI PENELITIAN

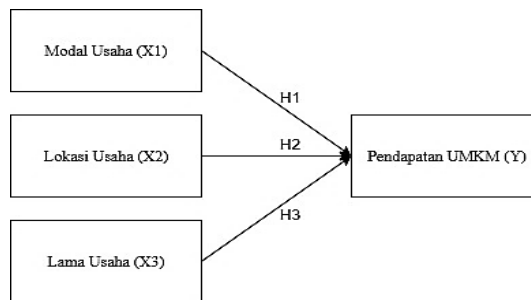
2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-eksplanatori (causal-explanatory) yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Pendekatan ini dipilih karena kesesuaiannya dalam menguji hipotesis dan mengukur pengaruh variabel secara statistik, sehingga memungkinkan generalisasi hasil pada populasi yang lebih luas (Sekaran & Bougie, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang aktif beroperasi di wilayah Kabupaten Sumbawa, dengan jumlah total populasi sebanyak 1.632 unit usaha. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (sampling error) sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 95 responden UMKM, untuk, menghindari adanya kesalahan data atau data rusak maka jumlah sampel diperluas menjadi 100 responden.

Variabel yang diuji dalam penelitian ini meliputi tiga variabel independen, yaitu Modal Usaha (X_1), Lokasi Usaha (X_2), dan Lama Usaha (X_3), serta satu variabel dependen, yaitu Pendapatan UMKM (Y). Berdasarkan landasan teoretis dan tinjauan studi empiris sebelumnya, dirumuskan tiga hipotesis utama: (H_1) Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM; (H_2) Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM; dan (H_3) Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Untuk menguji hipotesis tersebut, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda (multiple linear regression). Sebelum pengujian hipotesis, akan dilakukan serangkaian uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) (Ghozali, 2021).

Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa pendapatan UMKM sebagai indikator kinerja usaha dipengaruhi secara langsung oleh faktor-faktor sumber daya internal dan eksternal yang fundamental. Modal Usaha (X_1) diposisikan sebagai sumber daya finansial esensial yang memungkinkan aktivitas operasional dan investasi. Lokasi Usaha (X_2) merepresentasikan aset strategis geografis yang menentukan aksesibilitas pasar dan visibilitas. Sementara itu, Lama Usaha (X_3) bertindak sebagai proksi untuk aset tak berwujud seperti pengalaman, reputasi, dan jaringan. Kerangka pemikiran ini mengasumsikan bahwa optimalisasi ketiga variabel independen tersebut secara

simultan akan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan Pendapatan UMKM (Y), sebagaimana digambarkan dalam gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

2.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang sistematis dan terstruktur untuk menjamin validitas dan reliabilitas hasil. Tahap pertama adalah studi pendahuluan dan perancangan desain penelitian. Pada fase ini, dilakukan tinjauan literatur secara ekstensif terhadap teori-teori relevan an studi empiris terdahulu mengenai determinan pendapatan UMKM. Identifikasi masalah dan perumusan research gap yang spesifik untuk konteks Kabupaten Sumbawa menjadi dasar untuk menetapkan desain penelitian kuantitatif eksplanatori sebagai pendekatan yang paling sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023).

Tahap kedua berfokus pada definisi operasional dan pengukuran variabel. Setiap variabel didefinisikan secara operasional untuk memungkinkan pengukuran yang kuantitatif dan objektif. Variabel Modal Usaha (X_1) diukur berdasarkan total nilai aset dalam Rupiah yang diinvestasikan dalam usaha. Variabel Lokasi Usaha (X_2) diukur menggunakan skala Likert 5 poin, yang menilai persepsi responden terhadap aspek-aspek strategis lokasi seperti aksesibilitas, visibilitas, dan kedekatan dengan pasar. Variabel Lama Usaha (X_3) diukur dalam satuan tahun, dihitung sejak usaha pertama kali didirikan. Terakhir, variabel dependen Pendapatan UMKM (Y) diukur berdasarkan rata-rata pendapatan kotor bulanan dalam Rupiah yang diterima selama enam bulan terakhir.

Tahap ketiga adalah penentuan populasi dan teknik penarikan sampel. Populasi target adalah 1.632 UMKM yang tersebar di Kabupaten Sumbawa. Perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin ($n = N / (1 + Ne^2)$) dengan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (e) sebesar 10% atau 0,1, menghasilkan ukuran sampel minimum sebanyak 94,22, yang dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 95 responden yang diperluas menjadi 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah proportional random sampling. Alokasi sampel untuk setiap kecamatan dihitung secara proporsional berdasarkan jumlah UMKM di masing-masing kecamatan, kemudian pemilihan responden dilakukan secara acak untuk memastikan setiap unit dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih, sehingga meningkatkan representativitas sampel (Sekaran & Bougie, 2023).

Tahap keempat adalah analisis data deskriptif. Setelah seluruh data terkumpul dan terverifikasi kelengkapannya, langkah analisis awal adalah statistik deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden (seperti jenis usaha, gender, tingkat pendidikan) dan profil setiap variabel penelitian (nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi). Penyajian data dalam bentuk tabel frekuensi dan ringkasan statistik ini berfungsi sebagai dasar untuk memahami konteks data sebelum melangkah ke analisis inferensial yang lebih mendalam (Hair et al., 2022).

Tahap kelima adalah pengujian asumsi klasik. Sebelum melakukan analisis regresi, data harus memenuhi beberapa asumsi dasar agar model yang dihasilkan tidak bias dan konsisten. Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test* untuk memastikan residu terdistribusi normal. Uji multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan Tolerance untuk mendeteksi korelasi tinggi antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser untuk memeriksa kesamaan varians dari residu. Terakhir, uji linearitas dilakukan untuk memastikan adanya hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Pemenuhan semua asumsi ini merupakan prasyarat mutlak untuk validitas model regresi (Ghozali, 2021). Tahap terakhir adalah pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah dan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, menggunakan uji t (t-test) untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi (p-value) dengan tingkat alfa (α) yang ditetapkan sebesar 0,05 (Hair et al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengevaluasi keandalan dan kesesuaian kuesioner dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan dianggap valid jika mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dalam penelitian



ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi Pearson (r -hitung) setiap item dengan nilai r -tabel. Dengan jumlah responden (n) sebanyak 100 dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r -tabel untuk uji dua sisi adalah 0,202. Sebuah item dinyatakan valid jika nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (r -hitung $>$ 0,202).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r -hitung	r -tabel	Keterangan
Modal Usaha (X_1)	Modal Sendiri (MU01)	0,785	0,202	Valid
	Modal Pinjaman (MU02)	0,751	0,202	Valid
	Sumber Daya Tambahan (MU03)	0,698	0,202	Valid
Lokasi Usaha (X_2)	Kemudahan Jangkauan (LU01)	0,811	0,202	Valid
	Akses Transportasi (LU02)	0,795	0,202	Valid
Lama Usaha (X_3)	Tingkat Pengalaman (LAU01)	0,824	0,202	Valid
	Tingkat Pengetahuan (LAU02)	0,850	0,202	Valid
Pendapatan (Y)	Pendapatan Penjualan (P01)	0,886	0,202	Valid
	Keuntungan (P02)	0,863	0,202	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa setiap indikator dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r -hitung yang lebih tinggi dibandingkan nilai r -tabel (0,202). Hal ini menandakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrumen penelitian ini adalah valid dan layak digunakan untuk proses pengumpulan data selanjutnya.

3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal dari serangkaian item dalam kuesioner. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten meskipun digunakan pada waktu atau responden yang berbeda. Metode yang digunakan adalah analisis Cronbach's Alpha. Sesuai dengan panduan yang umum digunakan, suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2021).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Modal Usaha (X_1)	0,798	$>$ 0,60	Reliabel
Lokasi Usaha (X_2)	0,832	$>$ 0,60	Reliabel
Lama Usaha (X_3)	0,875	$>$ 0,60	Reliabel
Pendapatan (Y)	0,891	$>$ 0,60	Reliabel

Mengacu pada data yang disajikan dalam Tabel 2, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel penelitian secara signifikan melebihi batas kriteria 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terbukti andal (reliabel) dan konsisten untuk mengukur variabel-variabel yang telah ditetapkan.

3.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik sangat penting untuk validitas model regresi. Pengujian normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi merupakan asumsi klasik. Setiap pengujian memiliki tujuan masing-masing. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengevaluasi distribusi residu. Faktor Inflasi Varians (VIF) atau nilai Toleransi digunakan untuk mengidentifikasi korelasi linier tinggi antara variabel independen dalam uji multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas memeriksa konsistensi varians residu menggunakan uji Glejser. Analisis regresi berganda dapat menganalisis penelitian dan menentukan hubungan independen-tergantung setelah memeriksa asumsi konvensional.

3.3.1 Uji Normalitas

Uji ini dapat dilakukan dengan SPSS. Untuk uji normalitas, jika nilai signifikansi melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. Hasil uji dari studi ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

N	Mean	Std. Deviation	Most Extreme Differences (Absolute)	Positive	Negative	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
100	0.0000000	0.3674918	0.130	0.25	-0.25	0.047	0.200 ^(e)

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 3, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, melebihi ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam studi ini terdistribusi secara normal.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas menentukan apakah variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi. Jika semua variabel independen tidak berkorelasi, model regresi tersebut optimal, linier, tidak bias, dan estimator. Korelasi membuat variabel tidak ortogonal. Toleransi dan Faktor Inflasi Varians (VIF) mengukur multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Modal Usaha (X ₁)	.452	1.664
Lokasi Usaha (X ₂)	.309	1.821
Lama Usaha (X ₃)	.291	1.737

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4, menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai VIF di atas 10. Selain itu, setiap variabel mencapai nilai toleransi di atas 0,10. Hasil tersebut menunjukkan tidak adanya multikolinearitas antara variabel independen dan dependen.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mendeteksi ketidakkonsistenan varians residu pada setiap pengamatan. Uji ini mengidentifikasi dua kondisi: 1) homoskedastisitas: varians residu pada setiap pengamatan tidak berubah; 2) heteroskedastisitas: perbedaan varians. Model regresi homoskedastis tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Akhirnya, peneliti menggunakan uji Glejser untuk memutuskan: 1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, tidak ada heteroskedastisitas; 2) Jika lebih kecil dari 0,05, ada.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics Tolerance
	t	Sig.	
1 (Constant)	.124	.827	
Modal Usaha (X ₁)	.078	.728	.242
Lokasi Usaha (X ₂)	.124	.763	.425
Lama Usaha (X ₃)	.135	.801	.465

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil uji Glejser, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 5, menunjukkan nilai signifikan (p-value) di atas 0,05 untuk setiap variabel independen. Hasil tersebut menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas yang signifikan, sehingga memvalidasi model regresi yang digunakan dalam studi ini untuk penyelidikan lebih lanjut.

3.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menentukan sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Oleh karena itu, temuan studi ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan dan pengaruh masing-masing variabel dalam konteks yang diteliti.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients Beta	
1 (Constant)	.182	
Modal Usaha (X ₁)	.256	
Lokasi Usaha (X ₂)	.318	
Lama Usaha (X ₃)	.287	

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

$$Y = 0.182 + 0.256X_1 + 0.318X_2 + 0.287X_3$$

Hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:



- a. Konstanta (Intercept) = 0.182, nilai ini menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen (modal usaha, lokasi usaha, dan lama usaha) bernilai nol, maka pendapatan yang dihasilkan diperkirakan sebesar 0.182 satuan (dalam satuan yang digunakan dalam penelitian, misalnya juta rupiah). Meski secara praktis kondisi ini jarang terjadi, konstanta tetap penting untuk membentuk model prediktif.
- b. Modal Usaha (X_1) = 0.256, setiap peningkatan satu satuan modal usaha (misalnya dalam juta rupiah), akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0.256 satuan, dengan asumsi variabel lokasi dan lama usaha konstan. Ini menunjukkan bahwa modal memiliki kontribusi langsung terhadap output keuangan usaha.
- c. Lokasi Usaha (X_2) = 0.318, koefisien ini berarti bahwa peningkatan satu satuan skor atau kategori kualitas lokasi usaha akan meningkatkan pendapatan sebesar 0.318 satuan. Lokasi yang lebih strategis atau lebih mudah diakses konsumen berimplikasi pada peningkatan omset dan profitabilitas.
- d. Lama Usaha (X_3) = 0.287, tiap penambahan satu satuan durasi usaha (misalnya dalam tahun) akan meningkatkan pendapatan sebesar 0.287 satuan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman operasional dan keberlanjutan usaha berdampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

3.5 Uji Hipotesis (uji-t)

Modal usaha, lokasi usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan dianalisis menggunakan uji hipotesis parsial dan statistik t. Uji ini membandingkan nilai t estimasi model dengan nilai t tabel kritis dalam analisis regresi linier berganda.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Model	Standardized Coefficients (Beta)	t-value	Sig. (p-value)
(Constant)	-	0.672	0.507
Modal Usaha (X_1)	0.256	3.689	0.000
Lokasi Usaha (X_2)	0.318	4.572	0.000
Lama Usaha (X_3)	0.287	4.045	0.000

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

Hasil uji hipotesis pada Tabel 7 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini ditunjukkan oleh nilai koefisien Beta sebesar 0.256, nilai t sebesar 3.689, dan tingkat signifikansi 0.000, yang berarti bahwa pengaruh modal usaha terhadap pendapatan terbukti kuat secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%. Modal usaha merupakan sumber daya utama yang memungkinkan pelaku UMKM untuk mengembangkan skala produksi, memperluas variasi produk dan layanan, serta memperoleh bahan baku dan sarana produksi yang lebih baik. Ketika ketersediaan modal meningkat, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mengoptimalkan proses operasional secara efisien dan memenuhi permintaan pasar secara kompetitif, yang pada gilirannya berdampak langsung pada peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, peningkatan akses dan dukungan terhadap pembiayaan UMKM menjadi aspek penting dalam strategi pemberdayaan ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa lokasi usaha merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi pendapatan UMKM, sebagaimana tercermin dari koefisien Beta tertinggi sebesar 0.318, nilai t sebesar 4.572, dan signifikansi 0.000. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau konsumen, serta dekat dengan pusat aktivitas ekonomi dan sosial menjadi faktor penting yang mendorong peningkatan frekuensi kunjungan, interaksi pasar, dan peluang transaksi. Lokasi usaha yang baik tidak hanya memudahkan distribusi produk dan aksesibilitas layanan, tetapi juga mencerminkan nilai demografis dan daya beli masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang tepat menjadi aspek krusial dalam strategi bisnis UMKM untuk mengoptimalkan potensi pasar dan memperluas jangkauan konsumen secara efektif. Lebih lanjut, lama usaha juga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Koefisien Beta sebesar 0.287, nilai t sebesar 4.045, dan tingkat signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa semakin lama sebuah usaha beroperasi, semakin besar kecenderungannya untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Hal ini dapat dijelaskan melalui akumulasi pengalaman, pembelajaran dari dinamika pasar, serta adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis dari waktu ke waktu. Usaha yang telah berdiri lebih lama cenderung memiliki sistem operasional yang lebih mapan, loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta jaringan sosial dan bisnis yang lebih luas. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut memperkuat daya saing UMKM dan meningkatkan kapasitasnya dalam menjaga keberlanjutan serta pertumbuhan pendapatan secara konsisten.

3.5 Pembahasan

Modal usaha merupakan fondasi utama dalam kegiatan operasional UMKM karena berfungsi sebagai sumber pembiayaan untuk pembelian bahan baku, alat produksi, penyewaan tempat, serta berbagai kebutuhan usaha lainnya. Ketersediaan modal yang mencukupi memungkinkan pelaku UMKM untuk memulai dan memperluas usaha mereka, meningkatkan kapasitas produksi, serta menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Dengan modal yang memadai, UMKM dapat menghindari hambatan teknis maupun administratif yang mengganggu proses produksi dan distribusi, sehingga berkontribusi langsung pada peningkatan volume penjualan dan efisiensi usaha, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan secara signifikan. Penelitian ini mendukung temuan Asare et al., (2021) yang menunjukkan bahwa kecukupan modal berkorelasi positif dengan profitabilitas usaha kecil di Ghana. Di Indonesia, Kartikasari dan Dwiatmadja (2020) juga menegaskan bahwa modal kerja yang kuat menjadi faktor utama dalam peningkatan



pendapatan UMKM di berbagai sektor. Oleh karena itu, intervensi kebijakan yang mempermudah akses pembiayaan mikro, pinjaman bersubsidi, serta pelatihan manajemen keuangan sangat penting untuk memperkuat daya tahan dan kinerja keuangan UMKM dalam jangka panjang.

Dalam hal lokasi usaha, posisi strategis memiliki implikasi besar terhadap keberhasilan bisnis UMKM yang sangat bergantung pada kedekatan dengan konsumen dan akses pasar. Lokasi yang strategis meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat rotasi penjualan. Faktor seperti kedekatan dengan pusat aktivitas masyarakat, kemudahan akses transportasi, ketersediaan lahan parkir, serta lingkungan kompetitif menjadi penentu frekuensi kunjungan konsumen dan potensi transaksi harian. Lokasi usaha yang tepat bukan hanya meningkatkan potensi pendapatan, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM. Temuan ini sejalan dengan studi Gebreeyesus (2020) yang menemukan bahwa UMKM yang berlokasi di pusat kota Ethiopia memiliki pendapatan lebih tinggi dibandingkan yang berada di daerah pinggiran. Hapsari dan Nugroho (2021) juga menegaskan pentingnya lokasi dalam menentukan intensitas penjualan terutama pada sektor kuliner dan ritel. Selain itu, integrasi lokasi fisik yang strategis dengan pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi pemesanan dan media sosial dapat memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan UMKM secara signifikan. Dengan demikian, lokasi usaha tidak hanya berupa titik fisik, melainkan juga representasi nilai aksesibilitas, kemudahan transaksi, dan kedekatan dengan kebutuhan konsumen.

Sementara itu, lama usaha menjadi indikator penting dalam menilai stabilitas dan keberlanjutan bisnis UMKM. Usaha yang telah beroperasi lebih lama biasanya memiliki pengalaman matang dalam menghadapi tantangan pasar, krisis ekonomi, dan perubahan tren konsumen. Akumulasi pengalaman ini memungkinkan pelaku UMKM untuk merancang strategi pemasaran yang lebih baik, meningkatkan kualitas layanan, serta membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Usaha dengan durasi operasional yang panjang juga cenderung memiliki sistem manajerial dan operasional yang lebih efisien dan adaptif karena proses pembelajaran yang terus berlangsung. Konsisten dengan hal ini, Aribawa (2020) mengemukakan bahwa semakin lama UMKM beroperasi, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan yang didorong oleh pengalaman dan reputasi yang terbentuk secara bertahap. Selain itu Woldie et al. (2022) menyatakan bahwa lama usaha berkorelasi positif dengan kemampuan bertahan dalam tekanan ekonomi dan ketahanan terhadap perubahan permintaan pasar. Dengan kata lain, keberlangsungan waktu operasional menjadi modal sosial dan bisnis yang memperkuat hubungan UMKM dengan pelanggan, pemasok, dan mitra usaha lainnya. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan terhadap UMKM yang telah menunjukkan keberlanjutan operasional perlu diperkuat untuk mendorong pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sumbawa. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Modal usaha terbukti menjadi komponen penting yang memungkinkan pelaku usaha memperbesar skala operasional dan memperluas kapasitas produksi. Lokasi usaha, sebagai faktor dengan pengaruh paling dominan, berkontribusi besar dalam menentukan intensitas kunjungan pelanggan dan potensi transaksi, terutama karena perannya dalam meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas pasar. Sementara itu, lama usaha berfungsi sebagai akumulasi pengalaman dan pengetahuan manajerial yang mampu meningkatkan efisiensi dan membangun loyalitas pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut menjelaskan sebagian besar variasi pendapatan pada UMKM yang diteliti, mengindikasikan bahwa aspek internal seperti pembiayaan, penempatan geografis, dan keberlanjutan usaha memiliki peran vital dalam menciptakan kinerja keuangan yang optimal. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya strategi pengembangan UMKM yang bersifat kontekstual dan berbasis data lokal agar lebih efektif dan tepat sasaran. Meskipun hasil yang diperoleh menunjukkan hubungan yang signifikan dan mendalam, penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu tidak memasukkan variabel lain seperti digitalisasi usaha, literasi keuangan, serta keterlibatan dalam ekosistem rantai pasok. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan dimensi-dimensi tersebut guna memperkaya pemahaman terhadap determinan pendapatan UMKM secara lebih komprehensif dan adaptif terhadap perubahan ekonomi digital yang kian cepat.

REFERENCES

- Abdullah, N., Wahab, S. A., & Shamsuddin, J. (2022). Capital structure and firm performance: A study of Malaysian small and medium enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(5), 112–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i5/13102>
- Arduyan, E., & Suman, A. (2022). Digital marketing and product innovation capability on the culinary MSMEs performance. *Journal of Economics Business, & Accountancy Ventura*, 25(1), 115-127.
- Aribawa, G. N. (2020). Business Longevity and SME Revenue Growth: Empirical Evidence from Indonesian Micro, Small, and Medium Enterprises. *International Journal of Economics and Business Research*, 20(4), 456–472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJEER.2020.111655>



- Asare, N., Abor, J., & Biekpe, N. (2021). Effects of Access to Finance on Small Business Profitability: Evidence from Small Medium Enterprises in Ghana. *Journal of African Business*, 22(3), 391–408. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1750364>
- Astuti, P., & Juwita, R. (2022). The role of business experience and financial literacy on business resilience of small enterprises during the pandemic. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 26(3), 548–562.
- Chen, Y. S., & Lin, F. J. (2021). The effects of spatial agglomeration on firm performance: Evidence from Taiwan's manufacturing sector. *Papers in Regional Science*, 100(4), 895–917. <https://doi.org/895-917>. <https://doi.org/10.1111/pirs.12640>
- Firmansyah, H., & Anwar, M. (2023). A longitudinal study of business age, financial management, and revenue growth in small enterprises. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(1), 45–56.
- Gebreeyesus, M. (2020). Location and Performance of Small and Medium Enterprises: Evidence from Ethiopia. *African Development Review*, 32(1), 140–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-8268.12410>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. M., & Siregar, H. (2023). The effect of working capital and entrepreneurship orientation on business income of SMEs in Medan City. *Journal of Management and Business Innovations*, 5(2), 210–221.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Hapsari, A. D., & Nugroho, A. B. (2021). The Influence of Business Location on Sales Intensity in Culinary and Retail Sectors: Case Study in Surabaya, Indonesia. *Asian Journal of Business and Management*, 9(1), 12–22.
- Kartikasari, R. M., & Dwiatmadja, C. (2020). The Effect of Working Capital on Small and Medium Enterprises' Performance in Indonesia. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 11(2), 45–54.
- Nugroho, L., & Purnomo, R. (2021). Business duration, pricing strategy, and profitability of small and medium enterprises. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), 356–368.
- Pratama, I. G. A., & Wiksuana, I. G. B. (2021). The effect of capital access and financial literacy on the profitability of SMEs in Bali. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 8(2), 145–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n2.1348>
- Rahayu, S., & Dayanti, R. (2022). The effect of business experience and networking on the performance of women-owned SMEs. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 1–8.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (9th ed.)*. Wiley.
- Setiawan, M., Hasyim, M., & Trisninawati, T. (2023). Export market orientation and supply chain integration on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(2), 707–716. <https://doi.org/https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.11.010>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, E., Purnomo, B., & Hartono, S. (2023). Digital infrastructure and location on online sales performance of SMEs in Jakarta. *Technology in Society*, 72, 102189. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102189>
- Tambunan, T. T. H. (2021). The development of MSMEs in developing countries: A new approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(2), 230–247. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEC-01-2020-0006>
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). The role of store location and service quality on customer loyalty in modern retail. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(4), 433–445. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MIP-03-2019-0111>
- Wibowo, A., & Nuryakin, C. (2022). Location accessibility and its impact on the revenue of culinary SMEs in Yogyakarta. *Journal of Urban and Regional Analysis*, 14(1), 89–102.
- Woldie, A., Goodwin, J., & Singhal, S. (2022). Longevity and Resilience of Small Businesses in Developing Economies. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 237–255. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1947962>
- Wulandari, R., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh modal usaha, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Ngunut. *Journal of Creative Student Research*, 1(4), 408–420. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i4.2325>